



上汽通用汽车，全面蓄力剑指未来

“这是最好的时代，也是最坏的时代。”正如狄更斯《双城记》中的这句经典名言，当前中国汽车产业结构正处于深度调整期，汽车市场开始由量变向质变推进，这对于汽车厂商而言注定是机遇与挑战并存。

今年以来，受疫情反复、芯片短缺、原材料成本上涨等不利因素影响，国内汽车行业整体形势较为严峻。到了3月中下旬，新一轮疫情席卷上海等多个地区，给国内汽车产业链带来了不小的冲击。其中，身处疫情“暴风眼”中心的上汽通用汽车也遭受波及，企业生产和经营均受到了一定程度的影响。

在重重困难与挑战之下，上汽通用汽车依然积极响应政府防疫要求，迅速制定了复工复产计划，并稳步推进供应链的有序恢复，为企业在疫情后的快速反弹奠定了良好的基础。

扎根中国市场 25 年

今年6月12日，是上汽通用汽车成立25周年的日子。如果将时间轴拉回到1997年，上汽通用汽车入华之初，亲历了中国汽车市场在跨世纪重要关口的发展状况，同时其自身也处于成长阶段。2001年，上汽通用汽车产销达10万辆，企业步入了快速增长的上升通道；2010年，上汽通

用汽车全年产销量突破100万辆大关；而后，上汽通用汽车一路高歌猛进，到2020年累计产销已突破2000万辆。

截至目前，上汽通用汽车旗下别克、雪佛兰、凯迪拉克三大品牌已打造出三十多个系列的产品阵容，覆盖了从高端豪华车到经济型轿车各梯度市场，以及MPV、SUV、混合动力和电动车等细分市场，并为消费者带来优质的服务与体验。

